

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: X2009120105

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

互联网消费者保护:制度框架与立法革新

Internet Consumer Protection: The Institutional
Framework and Legislative Reform

宋志军

指导教师姓名: 蔡庆辉 副教授

专 业 名 称: 法 律 硕 士

论文提交日期: 2014 年 10 月

论文答辩时间: 2014 年 月

学位授予日期: 2014 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2014 年 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

内容摘要

互联网的产生和发展,既为市场经济中经营者的经营行为提供了重要的创新媒介,也为消费者保护产生了众多新的问题,这其中不乏很多不曾有过的严峻挑战,这一切呼吁法律制度的革新,从而实现在互联网环境下消费者合法权益的保护有法可依。

作为互联网技术发展背景下的前沿问题,互联网消费者的保护需要同时发挥私法和公法两种手段。从私法角度来看,一方面要通过对消费者的倾斜性赋权,赋予其超越一般合同缔约人的优位的权利体系来实现对其合法权益的正面保护;另一方面通过对经营者施加加重性义务,对其苛以超越一般合同缔约人的更加强化的责任体系来实现互联网消费的公正性。而以公法手段对消费者进行保护,无非是基于实体法和程序法两个角度:在实体法方面,应当明确消费者保护的主管机关,从而主动从事对相关侵害消费者权益的行为进行查处;从程序法方面来看,必须在消费者保护上设计若干独特性的诉讼制度,方便互联网消费者维权。

我国的消费者保护立法始于 1993 年出台的《消费者权益保护法》,该法于 2009 年和 2013 年分别进行了两次修正。2013 年的法律修正实现了诸多制度创新,如冷静期制度的确定、经营者义务的强化、惩罚性赔偿制度的革新,等等,都有利于消费者合法权益保护的强化。在这些新制度中,我们看到若干有利于互联网购物环境下消费者保护的制度设计,但也不得不承认,由于此次修法忽视了互联网消费者相较一般消费者的异质性,没有实现对互联网消费者保护的专章立法,从而造成制度设计的扁平化和碎片化,这便极度不利于互联网消费者的实际保护。因此,有必要继续开展立法和法律修正活动,弥补这些缺陷。

关键词: 互联网; 消费者; 消费者权益保护法; 私法; 公法

ABSTRACT

The emergence and development of the Internet provide an important innovative media for business managers' behavior in the market economy, which also bring many new problems for consumer protection, including many serious challenges we never meet. The reform of the legal system to realize the legitimate rights and interests of consumers in the Internet environment is necessary because of these situations.

As a frontier problem under the background of Internet technology development, the protection of Internet consumers needs to play the importance of private law and public law. From the private law point of view, on one hand, we realize it through empowerment to tilt of consumers, which means giving its beyond a general contracting human priority right system to realize the positive protection of the legitimate rights and interests of. On the other hand, by applying aggravated obligation on the operators, the harsh to surpass the contract the parties like enhanced the responsibility system to realize the fairness of the Internet consumer. From the public law point of view, it is nothing more than two aspects of substantive law and procedural law: based in the substantive law, the competent authorities shall clear consumer protection, thus active engaged in related to act against the interests of consumers are investigated from the aspect of procedural law; to see, must design a number of unique litigation system in the consumer the protection of consumer rights, the convenience of the internet.

China's consumer protection legislation started in 1993 promulgated the "consumer protection law", this Law was amended in 2009 and 2013 respectively. The law amendment in 2013 achieved many institutional innovations, such as the calm period determined, operators obligations, strengthening the punitive compensation system reform, and so on. All these amendments are conducive to strengthening the protection

of the legitimate rights and interests of consumers. In these new systems, we see some beneficial to the design of the system of consumer protection in Internet shopping environment, but we had to admit that, as a result of this repair method ignores the heterogeneity of Internet consumers compared to the general consumer, not realizing the protection of consumer Internet special chapter, resulting in system design of the flat and fragmentation, it extremely detrimental to the actual Internet consumer protection. Therefore, it is necessary to continue to carry out the legislation and law amendment activities in order to make up these defects.

Key Words: Internet; Consumers; Law on the protection of consumers; Private law; Public law.

目 录	
前 言.....	1
第一章 互联网消费者保护的基本原理与制度框架.....	3
第一节 消费者及其保护	3
一、消费者的概念与特征.....	3
二、消费者保护及其立法.....	3
第二节 互联网消费者保护的提出	4
一、消费者概念的差异性及其制度设计的异质性.....	4
二、互联网环境下消费者保护问题的新挑战.....	4
第三节 互联网消费者保护的法律制度框架	5
一、私法框架.....	5
二、公法框架.....	6
第二章 互联网消费者保护的私法框架	8
第一节 基本原理	8
一、倾斜性赋权.....	8
二、加重性义务.....	9
第二节 互联网消费者的权利体系之厘定	9
一、概述.....	9
二、互联网消费者的具体权利.....	10
第三节 互联网经营者的义务体系之构建	13
一、概述.....	13
二、互联网经营者的具体义务.....	14
第三章 互联网消费者保护的公法框架	16
第一节 基本原理	16
一、弱者保护的公共责任.....	17
二、纠纷解决时的“接近正义”	19

第二节 构建互联网经营的监管体系	20
一、监管权力及其内在协调.....	20
二、培育行业自治与社会监督.....	22
第三节 方便互联网消费者维权的诉讼保护	24
一、起诉阶段的便宜.....	25
二、审理程序中的倾斜保护.....	25
三、执行程序中的保障.....	26
第四章 新《消费者权益保护法》评述：成就与桎梏.....	27
第一节 新《消费者权益保护法》实现的制度创新	27
一、后悔权纳入消费者权益保护法.....	27
二、增加了对消费者个人信息的保护规定.....	28
三、规定了网络交易平台的责任.....	29
四、其他创新之处.....	30
第二节 仍然存在的缺陷	31
一、立法模式没有体现互联网消费者保护的独特性.....	31
二、部分制度设计存在的问题.....	33
第三节 未来的法律制度改进策略	36
一、互联网消费者保护的专章立法.....	36
二、具体的法律制度设计.....	38
结 语.....	42
参考文献.....	44

PREAMBLE.....1

and institutional Framework.....3

Section 1 Concept and characteristics of the consumer.....3

Subchapter 2 Introducing The Internet consumer protection.....4

Section 2 New challenges for consumer protection under the Internet
environment 4

Section 1 Private law framework..... 5

Section 2 Public law framework.....6

**Chapter 2 The private law framework of the internet consumer
protection8**

Section 1 The skewed empowerment 8

Section 2 The aggravated obligation..... 9

Subchapter 2 Clarifying Internet consumer rights system9

Section 1 Summary 9

Section 2 The Internet specific rights of consumers 10

Subchapter 3 Construction of Internet operator's obligation system..... 13

Section 1 Summary 13

Section 2 Specific obligation of internet operator 14

Chapter 3 The public law framework of internet consumer

protection	16
Subchapter 1 The basic principle	16
Section 1 The weak protection of public responsibility.....	17
Section 2 Dispute resolution of the "close to justice"	19
Subchapter 2 Building the Internet business regulatory system	20
Section 1 Regulatory powers and its internal coordination	20
Section 2 Cultivating industry autonomy and social supervision.....	22
Subchapter 3 Convenient Internet consumer rights protection of litigation	24
Section 1 The discretion in prosecution stage.....	25
Section 2 The skewed protection in In the proceedings	25
Section 3 The protection in execution procedure	26

Chapter 4 The Comments of new consumer rights and interests

protects a law: achievements and shackles	27
Subchapter 1 Implementation of the new consumer protection law system	27
innovation	27
Section 1 The regret right is taken into the protection law of consumers' rights and interests	27
Section 2 Increasing the regulation to protect consumers' personal information.....	28
Section 3 Rules for the responsibility of the network trading platform.....	29
Section 4 Other innovations.....	30
Subchapter 2 Some defects that still existed.....	31
Section 1 The legislation mode did not reflect the uniqueness of the internet consumer protection.....	31
Section 2 Some problems existing in the system designing	33
Subchapter 3 The strategy of legal system improvement in the future	36

Section 1	The Special legislation of Internet consumer protection	36
Section 2	Specific legal system design	38
Conclusion	42
Bibliography	44

厦门大学博硕士论文摘要库

前言

市场经济背景下，各种类型、各种方式的消费手段层出不穷，消费者合法权益的保护也必然成为一个日趋受到关注的法律问题。互联网的产生和发展，既为市场经济中经营者的经营行为提供了重要的创新媒介，也为消费者保护产生了众多新的问题，这其中不乏很多不曾有过的严峻挑战，如互联网购物中缔结消费合同时远程性、付费时的第三方属性、消费者检阅产品时更严重的信息不对称性，等等，这一切呼吁法律制度的革新，从而实现在互联网环境下消费者合法权益的保护有法可依。

近年来，伴随着互联网技术的高速发展，我国在互联网消费者保护方面发生了很多典型案例，在这当中，著名的“3Q大战”案件不可谓不典型。从2010年9月27日奇虎360发布“隐私保护器”专门搜集QQ软件是否侵犯用户隐私开始，到2012年11月3日腾讯宣布在装有360软件的电脑上停止运行QQ，再到2014年10月16日最高人民法院认定腾讯旗下的QQ不具有市场支配地位，驳回奇虎360的上诉。从外表看来，这一案例主要集中于不正当竞争与垄断案件当中，但不得不承认，它无所不在地渗透着消费者保护的问题。而现实执法和司法的运作也非常准确无误地展现了我们在互联网消费者保护上的若干软肋：第一，奇虎360和QQ互诉三场，整个过程中有无数消费者遭受严重的权利损害，却未见任何消费者起诉的案件，即在这一问题中，进入诉讼程序的消费者保护案件为零。之所以发生这种情况，偏颇地将原因归结为消费者维权意识的不强是不恰当的，我们更应该反思立法——恰恰是现实消费者保护立法体系对互联网问题回应不足，才导致消费者难以找到准确的立法依据，从而抑制了其起诉的冲动。第二，在消费者借助民事诉讼进行维权的行为缺位的情况下，执法体系如果能积极主动地作出反应，以维护在这一系列恶性竞争案件中两家企业对消费者权利的侵害，也是十分有效的。但令人失望的是，我们只在这一过程中看到工信部作为互联网经营执法机关所作出的不痛不痒的“通报批评”，却未见任何其实施的以补偿消费者为目的的行政处罚行为。毫不夸张的说，在“3Q大战”的整个过程中，消费者的形象、身份和权利，一直处于缺位的状态，他们甚至直接被司法和执法

体系忽略了。

“3Q 大战”的过程展示出的上述两大软肋，分别直指我国当前消费者保护法律体系当中的两大问题：私法上对互联网消费者的赋权不充分；公法上对侵害互联网消费者的行为查处不积极。这便构成了本文研究互联网消费者保护法律问题的初衷，也构成了相关分析的基本思路纲要。

我国的消费者保护立法始于 1993 年出台的《消费者权益保护法》（以下简称《消法》），该法于 2009 年和 2013 年分别进行了两次修正，自 2014 年 3 月 15 日以来，经修正的新《消法》正式开始实施。该法中实现的诸多制度创新，如冷静期制度的确定、经营者义务的强化、惩罚性赔偿制度的革新，等等，都有利于消费者合法权益保护的强化。在这些新制度中，我们也看到若干有利于互联网购物环境下消费者保护的制度设计，比如冷静期制度，它便即为有利于消解互联网购物过程中因信息不对称而造成的消费者权益受到侵害的现状。由此表明，伴随着新《消法》的出台和实施，我国的消费环境和消费者保护立法体系都得到了明显的重构。但是，我们也应当看到，互联网消费者的保护并未因为新《消法》的出台而得到一劳永逸的解决。而在法学界，对互联网消费者保护法律问题的研究也并未得到它本应受到的重视，相关研究数量促狭化、质量扁平化，缺乏一个系统性的分析，由此凸显了本文研究方向的必要性和重要性。

本文遵循如下一个体例逻辑：在第一章部分，对互联网消费者保护的基本原理和制度框架进行概述；第二章、第三章则分别从私法和公法角度分析互联网消费者保护的制度构建；第四章则聚焦于从 2014 年 3 月 15 日开始实施的新《消法》，分析其在互联网消费者保护方面实现的制度创新，并着重论述此次修法仍然具有的若干缺陷，进而为未来该法的制度变迁提供改革方案。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库